寻求者的注视方向对建议者建议提出的影响

段锦云[1] 施蓓[2] 王啸天[2]

（[1]华东师范大学心理与认知科学学院，上海 200062）（[2]苏州大学教育学院心理学系，苏州 215123）

摘 要 基于信号理论，研究采用三个依次递进的实验，分别以大学生群体和在职员工为被试进行检验，探讨了建议寻求者的注视方向对建议者建议提出意愿的影响。结果发现：(1)当建议寻求者的注视方向为正视时，能够促进建议者提出建议的意愿，建议者感知到的角色期待在其中起到了中介作用。(2)当建议者的拒绝敏感性高时，寻求者的注视方向对建议提出意愿有显著影响；当建议者的拒绝敏感性低时，这种影响减弱或消失；此外，拒绝敏感性也调节了角色期待感知的中介效应。

关键词 注视方向；建议提出；角色期待感知；拒绝敏感性；信号理论

1 问题提出

“三人行必有我师”，他人的建议往往能够给自己带来一些积极的启示(Sniezek, Schrah, & Dalal, 2010)。日常生活中，很多决策并非个人独自完成，小到购物或保持健康，大到管理或解决复杂问题等，人们经常寻求他人的建议来帮助自己做决定。因此，如何向他人寻求建议以及怎样才能使他人积极地提出建议，就成了一个重要且值得探究的话题。提出建议是一种说服的过程，特别是在敏感的场合，或是面对不合适的人时，建议者会先收集周边信息，通过综合考量再决定是否要主动提出建议。当建议者意识到其建议很可能被对方否决时，这便会极大地减弱建议提出的积极性(Milliken, Morrison, & Hewlin, 2010)。

面孔信息常透露着个体的思想与情绪，并影响到社会行为(Michniewicz & Vandello, 2014; 王秀娟, 王娜, 韩尚锋, 刘燊, 张林, 2018)。注视方向是面孔信息的重要维度之一，可分为正视和斜视；作为非言语交流形式，注视方向可传递内隐信息，正视常常透露着个体社会参与的积极性，它会获得更多的回应；斜视则意味着不关注或注意转移，不利于个体情绪的传达及社会信息传递，同时会对他人的亲社会行为产生影响(Bjornsdottir & Rule, 2017)。在建议体系中，寻求者的注视方向不失为一个信号，建议者能从建议寻求者传递的信号中获得线索，并对其态度、人格等做出推断，进而决定是否向对方提供帮助。建议提出本质上是一种亲社

收稿日期：2019-2-25

*国家自然科学基金项目(71372180)和中央高校基本科研业务费项目(2019ECNU-HWFW020)资助。

通信作者：段锦云，E-mail:mgjyduan@hotmail.com

会行为，因此，我们推测并将检验注视的正视线索可能更有助于提高建议者提出建议的意愿。此外，我们还将进一步探索建议者感知到的角色期待在两者中的中介作用，以及建议者的特质拒绝敏感性在其中的调节作用。

1.1 建议与建议提出

建议是一种启示决策者在什么时间应该做什么的特定推荐，通常针对决策困难的人而提供(Goldsmith & Fitch, 2010)。建议研究中至少存在两种角色：建议寻求者(advice seeker) ——决策困难并寻求他人意见的人；建议提出者(advisor) ——为决策困难者制定决断或备选方案，并向其传达、推荐意见的人。建议作为一种特殊资源，不但可以为决策者提供看待问题的新视角，给予有效信息(Gino & Schweitzer, 2008)，同时也可为决策提供所需的社会情感支持，并直接影响决策者的行为(Vardaman, Amis, Dyson, Wright, & Randolph, 2012)。这些资源的价值性也会使接收者建立起回报建议提出者的义务(Cropanzano & Mitchell, 2005)。

近年来建议采纳研究受到广泛关注，成为了行为决策研究中的热点(孙露莹, 陈琳, 段锦云, 2017)，而建议提出(advice giving)更是该领域新兴且有待开发的方向(Chentsova-Dutton & Vaughn, 2012; Gino, Shang, & Croson, 2009)。当一个人尝试通过建议施加人际影响时，通常期望自己能够影响他人的观点或行为(Cialdini & Goldstein, 2004)，因为这会赋予个体专业性的地位和声望(Peluso, Bonezzi, Angelis, & Rucker, 2017)。若个体察觉到对方采纳建议的可能性很小时，就会不太愿意去提出建议(Bonaccio & Dalal, 2007)。此外，建议提出与决策者是否主动求助密切相关，被明确征求的建议常被认为是合作性的、有益的，但未经请求的建议常被认为是侵入性的、不合适的(Deelstra et al., 2003)。决策者往往不满意他人自发的社会支持，特别是当他们觉得自己有能力解决问题时，这时的建议更像是一种挑战(Tost, Gino, & Larrick, 2012)，会伤及自尊(Reinhardt, Boerner, & Horowitz, 2006)。

1.2 寻求者的注视方向与建议提出

识别面孔携带的诸多信息对于人类的交流和生存至关重要(Bjornsdottir & Rule, 2017; 张凯莉, 周霈, 王沛, 2018)。个体对面孔信息的加工几乎是本能性的和自动化的，不需要主动去分配注意资源便可进行(Sato & Kawahara, 2015)。注视方向作为面部信息的可变维度，是人类社交的重要信号，由于眼睛常传达出与观察对象相关的信息，大脑会对其选择性地优先加工(Emery, 2000; Haxby, Hoffman, & Gobbini, 2000)。人类在新生儿时期就已经能够对不同的注视方向有所区分(Farroni, Csibra, Simion, & Johnson, 2002)。在视觉搜索任务中，正视更容易被个体所觉察到，当实验中的中央面孔为正视时，个体对外周目标的反应时会延长(Senju & Hasegawa, 2005)。

根据信号理论(Signaling Theory; Connelly, Certo, Ireland, & Reutzel, 2011)，在信息不对称的情境下，信号接收者会积极抓取信号发送者提供的相关信息，以更清楚地了解信号发送者的偏好，为决策作参考依据(Spence, 2002)。建议者在决定是否提出建议前会主动搜寻寻求者发出的各种信号，并形成对寻求者的动机判断，从而影响其提出建议的意向和行为。眼睛作为面孔的核心特征，在社会知觉中提供了大量非言语性的重要信息(Ristic & Kingstone, 2005)。相比斜视来说，正视信号传递着友好、亲密的行为意向，接收者会从中感受到温暖(Kleinke, 1986)。这种表达途径在社会信息的传递上发挥着关键作用，并在社会和组织情境中产生重要影响，比如雇佣决策、信息共享、资源分配与合作等方面(Glikson, Cheshin, & Kleef, 2018)。在与陌生人的交往过程中，人们会通过他人的目光线索形成评价，认为与自己有直接目光接触的人更值得被信赖并具有吸引力，这将促进个体间进一步的社会交往（Mason, Tatkow, & Macrae, 2005）。

近十余年来，眼睛效应(eye effects)引起了心理学者的兴趣：向被试呈现一幅正视自己的眼睛或类似眼睛的图片，会使被试的很多行为发生变化，比如，被试会变得更加慷慨，更倾向于与他人合作，表现出更多的利他行为（Burnham & Hare, 2007; Ekström, 2012; Manesi, van Lange, & Pollet, 2015）。而(如寻求者)斜视的信号则常会引起他人的消极评价，建议者对寻求者的消极评价可能影响到两者之间的关系(Carnevale, Pruitt, & Carrington, 1982; Casciaro & Lobo, 2008)。此外，基于互惠和社会交换的原则，建议者也期望能够从受助者身上得到回报，即人们更愿意去帮助那些将来可能对自己有益的人(Carnevale et al., 1982)。寻求者在寻求建议时传递出正视的信号会使得建议者感受到自己被尊重、被信任，得到回报的可能性更大。同时，当建议者接受到传递平等的信号也会倾向于去认同对方，并向其提供帮助。反之，斜视使建议者不能确保自己未来是否会受到公正对待，无法感知到寻求者对自己提出建议行为的期待，且认为合作无法使自己从中受益，甚至可能会损害自己的利益，此时个体便更加不愿意去做出合作行为。由此我们推测：

H1：相较于注视方向为斜视的建议寻求者，正视的注视会使他人更愿意提出建议。

1.3 建议者角色期待感知的中介作用

根据信号理论，信号接收者会依据自己的认知判断信号的重要性，并对信号的涵义产生独特见解(Branzei, Ursacki-Bryant, Vertinsky, & Zhang, 2010)。人们能够利用他人目光所传递的信号去知觉面孔和识别情绪，也能根据注视方向获悉其注意焦点、行为意图，甚至知识和信念等信息(Kleinke, 1986)。当建议寻求者发送正视的信号，建议者会从这种信号中感知到对方的期待，正视的目光很容易使人感觉到对方正在注意着自己(Pfattheicher & Keller, 2015)。

当人们基于对某些情境的感知形成期望，接着该情境会产生顺应期望发展的现象(Eden, 1984; Eden et al., 2000)。个体对他人所寄予的角色期望，常常能够对其产生潜移默化的影响，在各种不同的情境中，这种期望效应都得到了验证，比如领导和员工之间(Duan, Li, Xu, & Wu, 2017)、医生和病人之间(Lepper, Martin, & Dimatteo, 1995)。来自上级、家庭和客户的期望也会加强员工对自己创造力的评估，最终影响到其对创造性工作的投入程度(Carmeli & Schaubroeck, 2007)。

一个人被期望地越高，他就会相应地做得更多，因为个体的行为会在不经意间渐渐符合群体成员对他们的期待(Ajzen, 1991; Eden, 1984; Eden et al., 2000)。在这里，期待也意味着一种关心和信任。与为自己做决定相比，向他人提出建议会使个体较少地考虑到决定本身的属性，而较多地考虑社会期望的维度(Jonas & Frey, 2003；Kray, 2000)。建议寻求者在互动中会传递特定的信号（如正视）来表达期待，建议者感受到来自寻求者的关注或信任，觉得建议会得到对方的重视和接纳，从而更加领会到自己作为建议者这一角色被寄予的期待(Carmeli & Schaubroeck, 2007)。反之，斜视的注视方向像是一种消极信号，建议者不能从中感知到寻求者对自己提建议行为的期待，且接收不到对方的信任，自然建议提出的欲望也随之减退。由此我们提出假设：

H2：建议者感受到的角色期待中介了注视方向和建议提出的关系，建议寻求者正视的注视方向会使建议提出者感知到更多的角色期待，从而促进了其提出建议的意愿。

1.4 建议者的拒绝敏感性的调节作用

人际敏感和社交焦虑普遍存在于人群之中。拒绝敏感性(rejection sensitivity)是对别人的拒绝过度敏感的性格特征，是对拒绝的焦虑预期、准备性知觉和过度反应的一种倾向(Downey & Feldman, 1996)。这种倾向的形成对个体的行为表现有着重大影响，在探讨人格特质时，研究者一般会将拒绝敏感性作为调节变量来进行考察(刘燊, 赵艳林, 张林, 2016)。拒绝敏感性高的个体对拒绝的信号尤为关注和敏感，并且往往会导致更加强烈的厌恶情绪和反应性攻击(张莹瑞, 肖英霞, 2018)。研究表明，高拒绝敏感性的人在与他人交往时总是预期自己会被他人拒绝，表现出较高的人际回避倾向和较低的人际关系亲密度(Downey, Mougios, Ayduk, London, & Shoda, 2004)。此外，高拒绝敏感性者也倾向于将他人模棱两可的或者中性的人际线索知觉为拒绝信号，甚至理解为针对自己的威胁信息，此时这种被拒绝的预期更易被激活，个体可能会产生强烈的认知和情感反应，如表现出焦虑、愤怒或攻击等过度反应(London, Downey, Bonica, & Paltin, 2010)。当向不同的被试呈现相同的含有模糊社交信息的视频片段后，拒绝敏感性高的人更容易从该片段中感知到否定的线索，因此感受到更强烈的

被拒绝(Romero-Canyas, Downey, Berenson, Ayduk, & Kang, 2010)。此外，拒绝敏感性不但能引起个体的消极情绪和不当行为，还能显著地影响个体对人际关系的解读和反应(Breines & Ayduk, 2015)。

虽然注视方向可被视为一种信号，但是不同的信号接收者对同一信号的解释也有所不同，信号有效性在一定程度上由接收者的特征决定，如果接收者对信号不敏感，没有识别到信号，信号发送机制则无法运行(Gulati & Higgins, 2003)。某些独特个性的人可能更容易受到信号的影响(Highhouse, Thornbury, & Little, 2007)。我们推测，拒绝敏感性较高的建议者更容易关注到寻求者传递出来的斜视信号，并将其视为拒绝的线索，此时的建议者会认为对方并没有真正地把自己视为一个帮助者，也并不期待自己为其提出建议，相反，拒绝敏感性低的个体常会忽略寻求者传递出来的注视信号，或接收到信号后，对可能富含的拒绝线索有不同的解释，并不会感知到该信号带来的负面信息。于是我们提出以下假设：

H3：拒绝敏感性调节注视方向和建议提出意愿之间的关系。当建议提出者的拒绝敏感性高时，寻求者正视条件下比斜视条件下，建议者的建议提出意愿更高；而当建议者的拒绝敏感性低时，注视方向对建议提出的影响将被削弱乃至消失。

H4: 建议者感知到的角色期待在注视方向与建议提出意愿之间的中介作用会被建议者的拒绝敏感性所调节。对于高拒绝敏感性的建议者来说，其感知到的角色期待对建议提出的中介影响依然显著；对于低拒绝敏感性的建议者来说，其感知到的角色期待对于建议提出的中介影响将被削弱乃至消失。

2 研究 1：寻求者的注视方向对建议提出的影响

2.1 目的

检验假设 1 和假设 2，探索在寻求建议的情境中，不同的注视方向是否会对建议者的建议提出意愿产生影响，及其中介机制。

2.2 方法

2.2.1 被试

在东部某大学招募被试 107 人，所有被试均是自愿参加实验，并在实验后获得一份小礼物作为回报。其中 5 名被试未能完成全部实验，因此剔除。最终得到有效样本 102 人，39 名男性；$M = 23.76$，$SD = 4.39$。通过 G*Power 计算(Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007)，以注视线索研究所能达到的中型效应量为基础，并获得 80%的统计效力，所需的样本量是 $N = 90$，三个实验中的被试量均达到了此标准。当前样本量检测到最小效应量值为 Cohen's $d =$

0.56，统计效力为 80%。

2.2.2 实验设计与流程

采用单因素被试间实验设计，建议寻求者为斜视注视方向的作为对照组，正视的作为实验组。被试被随机分配到各分组中。实验采用 E-prime 软件呈现，被试通过计算机看到决策情境的同时，也会看到建议寻求者不同注视方向的面孔呈现在电脑屏幕上；接着被试被要求完成相关变量的测量任务，并决定提出建议的意愿程度。

实验所选的面孔刺激材料来自某高校不同性别的志愿者自愿提供的免冠照片共 3 张，这些照片是在相同背景、标准光线条件下拍摄的正面像，其中男 2 张、女 1 张。目标面孔都显示出中性的面部表情，无配饰、无胡须，且所有面孔中的注视方向均为正视。然后，将每张面孔图片中眼睛的注视方向经过 Adobe Photoshop 软件调整眼黑，分别转成向右看的斜视照片，其他面部特征均保持不变，接着对所有照片进行灰度处理，由此共得到 3 对配对好的面孔照片。实验材料采用职业决策困难的情境，如下：

“又是一年毕业季，A 同学是一名大四学生准备找工作，他之前应聘了两家公司，然而 A 现在 A 只拿到了第二喜欢的公司录取，还在等自己首选公司的回复，但是在首选公司出录取结果之前，他必须先选择签约还是放弃次选公司，且一旦签约了次选公司，再毁约就要赔偿高额的违约金。A 现在左右为难，不知道如何选择，想询求别人的建议。”

2.2.3 测量工具

建议提出意愿：用单个项目测量，“假如你是建议者，你是否愿意向 A 提出建议？”。采用李克特 5 点量表评分，从“1 = 完全不愿意”到“5 = 完全愿意”。

角色期待感知：改编自 Farmer, Tierney 和 Kung-Mclntyre (2003)及 Carmeli 和 Schaubroeck(2007)编制的领导对员工的创造力期望(leader creativity expectation)量表。共 4 个题项，题目有：“A 把我当作一个有建设性的建议者”，“如果我不向 A 提出建议，他会感到很失望”，“A 认为我的建议对他/她来说是重要的”，“A 希望我能给予他/她建议”。该量表采用 Likert 式 5 点评分，从“1 = 完全不同意”到“5 = 完全同意”。被试得分越高，则代表其感知到的角色期待程度越高。本研究中该量表的内部一致性系数是 0.75。

选择面孔吸引力和性别、年龄等人口统计学信息作为控制变量。面孔吸引力采用单个题项李克特 7 点计分量表测量，“请你对屏幕上显示的面孔的吸引力进行评分。”。让被试对面孔的吸引力水平进行 1 到 7 分的打分，1 是完全没有吸引力，7 是非常具有吸引力(温义媛, 龚茜, 孙君洁, 李东斌, 2015)。

2.3 结果

以寻求者的注视方向为自变量，建议提出为因变量对数据进行独立样本 t 检验，结果发现，正视组的建议提出意愿(M = 3.59, SD = 0.88)要显著高于斜视组(M = 3.14, SD = 1.14)，$t(100)$ = 2.17，p = 0.03，Cohen's d = 0.43。另外，正视组感知到的建议寻求者的面孔吸引力(M = 3.89，SD = 1.30)与斜视组(M = 4.00，SD = 1.03)的差别并不显著，$t(100)$ = -0.47，p = 0.64。

使用层级回归分析来验证建议者感知到的角色期待在建议寻求者的注视方向和建议者的建议提出意愿之间的中介作用(Baron & Kenny, 1986)。结果显示，建议寻求者的注视方向分组对建议提出具有显著负向影响(B = -0.42, t = -2.17, p = 0.03; 95% CI [-0.81, -0.04])；注视方向分组对角色期待同样具有显著的负向影响(B = -0.43, t = -2.20, p = 0.03; 95% CI [-0.82, -0.04])；当寻求者的注视方向为正视方向时(M = 3.43, SD = 0.69)，相比于斜视情况下(M = 3.11, SD = 0.77)，建议者会感知到更高的角色期待($t(100)$ = 2.20, p = 0.03, Cohen's d = 0.44)；将面孔的注视方向、角色期待感知作为自变量，建议提出作为因变量进行线性回归分析，注视方向的回归系数不显著(B = -0.19, p = 0.26; 95% CI [-0.53, 0.15])，而建议者感知到的角色期待的回归系数显著(B = 0.54, p ＜ 0.001; 95% CI [0.37, 0.71])。综上，角色期待感知在建议寻求者注视方向与建议者建议提出意愿之间起到中介作用。

为提高分析的稳健性，研究还运用了 Bootstrap 检验中介作用(Hayes, 2013; Model 4)。将性别及面孔吸引力作为协变量进行中介效应检验，迭代 5000 次，在 95%置信区间下，角色期待感知的中介检验结果中不包含 0 (CI = [-0.51, -0.02])，偏标准间接作用效应量为-0.24。结果支持了 H2。

2.4 讨论

实验一验证了假设 1 和 2。相比较斜视的注视方向，当建议寻求者的注视方向为正视时，建议者提出建议的意愿更强。建议者做出这种亲社会行为是因为当看到建议寻求者的正视目光时，感知到了寻求者对自己的关注和期待，相比之下，如果寻求者投来的是斜视的目光，建议者可能会认为对方并不是很需要自己的建议。研究一的结果还表明了建议寻求者的注视方向并不会显著地影响他人对其面孔吸引力的判断，也就是说注视方向对建议提出意愿的影响并不受到面孔的吸引力的中介作用，同时，也证明了被试的性别、年龄等无关变量不会影响到上述结论。

研究一只对注视方向对建议提出的主效应和中介机制进行了探讨，而该结果在不同性情的个体身上是否存在差异，结论的适用范围是否有限也值得更进一步的探究。因此，在研究二中，我们将采取更贴近大学生学习生活的决策任务，再次检验注视方向的中介机制，并探讨其边界效应。

3 研究 2：拒绝敏感性的调节作用

3.1 目的

重复验证建议寻求者注视方向对建议者的建议提出意愿的影响，同时检验假设 3，探索建议提出者的特质拒绝敏感性是否会调节这一效应。

3.2 方法

3.2.1 被试

在东部某大学招募大学生被试 318 人，所有被试均是自愿进入实验，并在实验后获得一份小礼物作为回报。155 名男性；$M = 21.74$，$SD = 1.49$。通过 G*Power 计算，发现根据实际样本量，检测到最小效应量为 Cohen's $d = 0.43$，统计效力为 80%。

3.2.2 前测

先以问卷形式发放期待拒绝倾向性量表(Rebecca, 2003)来测量被试的特质拒绝敏感性，将量表总分按从高到低的递减系列排列，选择总分排序前 27%的被试作为高拒绝敏感性组(86 人，35 男)，后 27%的被试作为低拒绝敏感性组(86 人，36 男)。

3.2.3 实验设计与流程

采用 2(注视方向：正视 vs.斜视)×2(拒绝敏感性：高 vs.低)的被试间实验设计。后续实验采用 E-prime 编程呈现，被试通过计算机完成任务。

实验情境的材料由职业选择的情境改为自编日常学习生活情境，具体如下：

“还剩一周的时间，A 同学就要参加英语六级考试了。他/她给自己安排了紧凑的计划，因为白天要上课，所以大多利用晚上的时间复习，每晚至少 1 个小时背单词，2 个小时做真题。他/她的好朋友 B 一周后将要补考高数，但是 B 的数学基础很差，凭自己突击复习很难及格，而这次补考是他/她的最后一次机会。B 希望有人可以每天晚上抽 1、2 个小时给他/她补课，但期末考试临近，大家都很忙。A 的数学很好，B 就向 A 提出了这个请求，A 不知道该如何抉择，答应了他/她怕耽误自己的复习计划，不答应又怕伤了朋友情份。A 现在左右为难，想寻求别人建议。”

3.2.4 测量工具

拒绝敏感性：采用 Rebacca(2003)在其博士论文中开发的《期待拒绝倾向性量表》(TERS, the tendency to expect rejection scale)进行测量。量表共 18 个题项，李克特 5 点评分，其中 6 个项目为反向记分，代表性题项有“我对拒绝很敏感”，“被周围人所接受这件事对我很重要”，和“关于别人对我接受还是拒绝，我并不十分在意(反向计分)”等等。该量表在本实

验中的内部一致性系数是 0.75。

建议提出意愿，感知到的角色期待和控制变量面孔吸引力所采用的量表均与研究一一致，本实验中感知到的角色期待量表的内部一致性系数为 0.84。

3.3 结果

独立样本 t 检验发现寻求者的注视方向对建议提出意愿的主效应显著，注视方向为正视时建议者的建议提出意愿($M = 3.46$, $SD = 0.96$)要显著大于注视为斜视时的意愿($M = 2.60$, $SD = 0.84$)，$t(170) = 6.27$，$p < 0.001$，Cohen's $d = 0.96$，再次验证了 H1。

表 1 建议提出意愿在注视方向、拒绝敏感性上的描述性统计($M \pm SD$)

注视方向	高拒绝敏感性	低拒绝敏感性
正视	3.58 ± 0.98(n = 43)	3.34 ± 0.94(n = 41)
斜视	2.37 ± 0.79(n = 43)	2.82 ± 0.83(n = 45)

进一步检验建议者拒绝敏感性的调节作用，以建议提出为因变量，建议寻求者的注视方向、建议者的拒绝敏感性程度及其交互项为自变量，将被试年龄、性别和建议者面孔吸引力作为协变量，进行方差分析。结果发现，注视方向的主效应是显著的($F(1, 168) = 38.38$, $p < 0.001$, $\eta^2 = 0.19$)，拒绝敏感性的主效应不显著($F(1, 168) = 0.65$, $p = 0.42$)，注视方向与拒绝敏感性的交互作用显著($F(1, 168) = 5.11$, $p = 0.025$, $\eta^2 = 0.03$)。

为了考察建议者不同的拒绝敏感性程度下，注视方向对于建议提出的影响，继续进行简单效应分析。如图 1，在低拒绝敏感性的条件下，建议寻求者正视时的建议提出意愿($M = 3.34$, $SD = 0.94$)高于斜视状态下的意愿($M = 2.82$, $SD = 0.83$)，不同的注视方向分组间的差异是显著的，$t(84) = 2.72$, $p = 0.008$, Cohen's $d = 0.59$；而在高拒绝敏感性的条件下，建议寻求者正视时的建议提出意愿($M = 3.58$, $SD = 0.98$)也高于斜视状态下的提出意愿($M = 2.37$, $SD = 0.79$)，且差异的程度更加显著，$t(84) = 6.30$, $p < 0.001$, Cohen's $d = 1.37$。由此可知，当拒绝敏感性高时，促进了注视方向对建议提出意愿的影响，当拒绝敏感性低时，注视方向对建议提出意愿的影响减弱，H3 得到了证实。

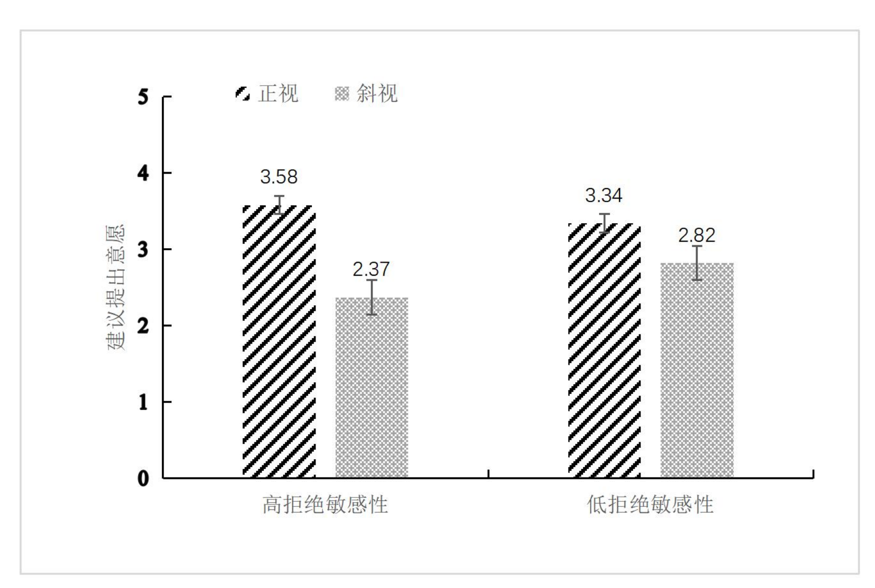


图 1 拒绝敏感性和注视方向的交互作用

3.4 讨论

研究二更深入地讨论了注视方向和建议提出意愿的关系，结果重复验证了假设 1、2，再次在实验室环境中证明了正视的注视方向对建议提出意愿的正向影响。此外，研究二还发现当建议者的特质拒绝敏感性较高时，建议寻求者的注视方向为正视时的建议提出意愿是显著大于斜视条件下的；而当建议者的特质拒绝敏感性较低时，注视方向对建议者的建议提出的影响稍有减弱。

在确定了注视方向对建议提出意愿的主效应，中介以及调节作用后，需要思考的是，这些影响在现实的组织情境中是否成立，另外，拒绝敏感性对于中介效应是否也有着调节作用。研究三继续拓展了前两个研究结果的生态效度。

4 研究 3：组织背景下注视方向对建议提出的影响再验证

4.1 目的

考虑到学校背景相对单纯，学生对社会信息相对不敏感，而企业环境更具社会代表性，工作员工对注视方向等细微社会信息更敏感。因此研究三选取了一个关于工作场所的决策情境，并以企业员工为被试，来重复验证假设。

4.2 方法

4.2.1 被试

在长三角地区的企业招募在职员工 198 名作为被试，所有被试均是自愿进入实验，并在实验后获得一份小礼物作为回报。88 名男性；$M = 31.20$，$SD = 5.06$。通过 G*Power 计算，发现实际被试量能检测到最小效应量为 Cohen's $d = 0.40$，统计效力为 80%。

4.2.2 实验设计与流程

采用单因素被试间实验设计(注视方向：正视 *vs*.斜视)，将注视方向的操作面孔呈现在问卷上，让被试根据 A 的面孔完成后续对各个变量的测量。实验流程主体与研究一一致，但加入了对被试拒绝敏感性的测量。实验情景自主编制如下：

"A 是您公司的一名同事，最近公司的项目任务非常多，时间比较紧迫，本职工作的负担已经比较重了，可是上级领导却又临时给安排了一场技能提高的培训班，希望 A 能作为部门代表按时去参加。因为 A 觉得自己这方面的技能知识已经掌握的较好了，不太想再参加这类型的培训，另外也觉得已经没有精力再承担更多的工作。但另一方面，他/她又不想违背上级的意愿，怕与上级发生冲突。所以 A 现在左右为难，不知道该如何选择，想向他人寻求建议。"

4.2.3 测量工具

建议提出和感知到的角色期待的测量同研究一，角色期待感知在本实验中的内部一致性系数为 0.67；拒绝敏感性的测量同研究二，内部一致性系数为 0.89。此外，已有研究得出被试的受教育程度可能会影响个体特质拒绝敏感性的程度，因此研究三也对被试受教育程进行了控制。

4.3 结果

描述性统计结果见表 2。建议提出意愿与注视方向(r = -0.22，p = 0.002)、感知到的角色期待(r = 0.48，$p < 0.001$)存在显著的相关关系；角色期待感知与注视方向(r = -0.66，$p < 0.001$)、拒绝敏感性(r = -0.14，p = 0.049)也存在着显著的相关关系；而拒绝敏感性与建议提出之间的相关并不显著(p = 0.924)。进一步做独立样本 t 检验发现，寻求者的注视方向对建议提出的主效应显著，注视方向为正视时建议者的建议提出意愿(M = 2.86, SD = 0.68)要显著大于注视方向为斜视时的意愿(M = 2.54, SD = 0.77)，$t(196) = 3.17$，p = 0.002，Cohen's d = 0.45，再次证实了 H1。

表 2 各研究变量的描述性统计表($N = 198$)

变量	M	SD	1	2	3	4	5	6	7
1 性别	1.56	0.50							
2 年龄	28.94	5.73	-0.00						
3 教育程度	1.56	0.88	-0.00	-0.02					
4 面孔吸引力	3.96	1.36	0.05	0.00	-0.06				
5 注视方向	1.49	0.50	0.12	0.13	-0.02	0.01			
6 角色期待感知	2.96	0.83	-0.06	-0.07	-0.02	0.02	-0.66^{***}	(0.67)	
7 拒绝敏感性	1.50	0.50	0.02	-0.19^{**}	0.08	-0.11	-0.03	-0.14^{*}	(0.89)
8 建议提出	2.70	0.74	-0.09	-0.13	0.05	0.02	-0.22^{**}	0.48^{***}	0.01

注: 性别：1=男，2=女；教育程度：1=本科，2=硕士，3=博士及以上，4=专科及以下；注视方向：1=正视，2=斜视；$^{***}p<0.001$, $^{**}p<0.01$, $^{*}p<0.05$。

控制年龄、性别、受教育程度与建议寻求者的面孔吸引力为无关变量，采用 Bootstrap 对建议者感知到的角色期待的中介作用进行检验，迭代 5000 次，在 95%的置信区间下，中介效应的结果中没有包含 0 (CI = [-0.80, -0.43])，表明建议提出者感知到的角色期待的中介作用显著，中介效应量大小为-0.60。此外，控制了中介变量角色期待感知之后，自变量注视方向对因变量建议提出的影响显著，区间也不包含 0 (CI = [0.01, 0.07])。因此，角色期待感知在注视方向对建议意愿的影响中发挥了中介作用，再次验证了 H2。

为探索拒绝敏感性的调节作用，运用 Bootstrap 来验证(Hayes, 2013; Model 1)。迭代 5000 次，在 95%的置信区间下，拒绝敏感性的调节检验结果中不包含 0 (CI = [-0.54, -0.02])，$F(1, 190) = 4.51$，$p = 0.03$，效应量为-0.28。因此，调节效应成立。进而还发现，在高拒绝敏感性的条件下，结果中不包含 0 (CI = [- 0.96, -0.20])，效应量为-0.58；而在低拒绝敏感性的条件下，结果包含 0 (CI = [-0.37, 0.33])。由此可知，当建议提出者是高拒绝敏感性时，正视条件下建议者的提建议的意愿程度相对较高，但是在低拒绝敏感性的情况下，建议寻求者是正视或斜视对建议者提出建议意愿的影响并无显著区别。假设 3 得到证实。

进一步采用 Bootstrap 检验建议者拒绝敏感性程度对其角色期待感知的中介效应的调节作用(Hayes, 2013)。以建议提出为因变量，注视方向为自变量，拒绝敏感性为调节变量，建议者感知到的角色期待为中介变量，被试年龄、性别、受教育程度以及建议者面孔吸引力作

为控制变量，迭代 5000 次，在 95%的置信区间下，被调节的中介效应分析显示，中介变量感知到的角色期待的确中介了注视方向与拒绝敏感性对建议提出意愿的交互影响(CI = [-0.36, -0.03])，中介作用大小为-0.18。按照均值、均值加减一个标准差，区分了低、中、高三种拒绝敏感性程度，发现在高拒绝敏感性的条件下，建议者感知到的角色期待的中介效应结果中不包含 0 (CI = [-1.10, -0.53])，中介效应量为-0.79；在低拒绝敏感性时，建议者感知到的角色期待的中介效应结果中也不包含 0 (CI = [-0.69, -0.19])，但中介效应量减弱为-0.43。假设 4 得到了支持。

4.4 讨论

研究三直接将拒绝敏感性作为连续变量，增添了对有调节的中介效应的检验，并进一步在现实的组织情境中验证了各个假设：在组织情境中，对一系列无关变量进行控制后，主效应与中介效应依旧稳健。此外，相比研究二，研究三更证实了拒绝敏感性的调节作用。也就是说，只有在建议者的特质拒绝敏感性较高时，相比于斜视的注视方向，正视的注视方向会提高建议者的建议提出意愿；而在低特质拒绝敏感性的条件下，不同的注视方向对建议提出意愿的影响变得不再显著。实验三还探究了整个研究中是否存在被调节的中介效应，结果发现建议者的特质拒绝敏感性对其感知到的角色期待的中介作用具备显著的调节作用。

5 讨论与结论

5.1 研究结果讨论

面孔是推断求助者心理状态的外部线索，在助人行为中有着重要作用(Michniewicz & Vandello, 2014；王秀娟等, 2018)。我们通过三个实验探讨了寻求者的注视方向对提出建议的影响，并对其内在心理机制和边界条件进行了深入分析。结果发现，相对于斜视的注视方向，正视的注视正向影响建议者的建议提出，这与眼睛效应一致(张雪姣, 刘聪慧, 2017)。另外，中介检验结果说明建议意愿的提高是因为正视的注视方向使建议者感知到更多的角色期待，这与角色期待研究的结果是一致的，再一次证实了期待感知对角色行为的导向作用(Dierdorff, Rubin, & Bachrach, 2012)。通过期望感知的形成，建议者会对寻求者注视方向的线索进行解释，进而影响向他人提出建议的意向。

随后，为探究不同程度的拒绝敏感性对上述结果的影响，研究二通过拒绝敏感性量表将被试分组，结果发现高拒绝敏感性组的注视方向效应更为明显。研究三选择组织情境并以企业员工为被试再对假设进行验证。不只是日常生活中，组织中也非常需要员工的建言献策，学者们也因此就如何在组织中提高员工的建言行为进行了大量探讨(e.g., Chamberlin,Newton,

& LePine, 2017; Duan et al., 2017; Morrison, 2014)。基于此，我们尝试重复验证本研究的假设，以及实验设计在社会情境中的有效性。我们的发现提高了研究结果的稳健性，扩大了本研究的外部效度，也为建言的前因变量研究提供了新的、直接的实验依据。

结果发现再一次如假设所说，在拒绝敏感性高的条件下，注视方向对建议提出的影响是很显著的，这与以往拒绝敏感性高会对感受到的拒绝线索采取攻击、退缩和回避等行为的研究结果保持一致(Downey et al., 2004; Gleason, Iida, Shrout, & Bolger, 2008)。拒绝敏感性高的个体倾向于将他人传递出来的模棱两可的信号视为拒绝或威胁，导致其在人际交往中更加消极，更多地对人际关系形成负面评价并选择结束社交关系(Gleason et al., 2008)，所以拒绝敏感性高的建议者相信自己一定会被寻求者拒绝，认为寻求者对自己的建议不抱有期望，从而对寻求者有消极的认识并不愿意给予对方建议。相反，在拒绝敏感性低的条件下，无论建议寻求者的注视方向是正视或是斜视，建议者都倾向于向他人提出建议，因为拒绝敏感性低的个体会忽略来自寻求者的斜视线索，或对拒绝信号的解释更加缓和，他们更倾向于通过建议提出来建立和维护社交关系，表现出较多的适应性和利他性，这与拒绝敏感性和社会适应能力成负相关关系的研究结果一致(Chow, Au, & Chiu, 2008)。

5.2 研究意义

过去的建议研究主要侧重于影响决策者采纳建议的因素，却少有研究去探讨影响建议提出的因素(Feng & Magen, 2016; Rader, Larrick, & Soll, 2017)。本研究从建议提出者的角度出发，从寻求建议方所表露出的线索入手，丰富和拓展了建议研究的新领域。此外，建议过程是一个人际交互的过程，以往的建议研究忽视了一些周边线索和非语言线索，而这些因素恰恰可能是影响到建议者反应的关键因素(Brooks, Gino, & Schweitzer, 2015)。本研究加入眼睛注视信息，不但拓宽了在注视线索方向的研究视野，也为后续周边线索与建议相结合的研究思路打下了基础。同时，研究也证明了建议者的个体特质拒绝敏感性对于建议提出的重要作用，探讨了建议者拒绝敏感性与寻求者注视方向之间的交互影响，这种思路对于注视线索的进一步研究也具有一定的启发作用。

本研究是将经典的信号理论应用到建议提出领域的一次有益的尝试。研究从建议者作为信号接收者的角度，探讨了建议者对寻求者注视方向信号的解读，同时也考虑到了接收者的特质拒绝敏感性对信号甄别过程的影响，极大地丰富了信号理论的内涵和应用场景。此外，研究既强调了从建议寻求者角度，其传递的注视信号对建议者提出建议的影响，又考虑到从建议提出者角度，关注双方互动过程的交互效应，较为全面地刻画了建议这一人际互动过程。

5.3 不足与未来展望

首先，本研究应用的面孔信息只考虑了眼睛的注视方向这一个维度，但目光注视所表达的信息比较单一且变化快速，难免限制了研究的贡献。由于人脑对眼睛的注视方向和面部表情的加工都是非常快速且自动化的(Bayliss, Frischen, Fenske, & Tipper, 2007)，而且人们在感知事物时，认知系统也会自发地利用其他周边信息，比如说话语气、面部表情等(Sato & Kawahara, 2015)，因此，在以后的研究中有必要再探索眼神与表情或语气之间的交互效应，考虑这些变量交互或协同对建议提出的影响。

其次，研究虽然编制了多个较为贴近现实的建议寻求的情境，但缺憾在于未进行预实验事先检验材料的有效性，今后需更加严谨的对实验材料进行把关筛选。此外，注视方向的操纵方式较为单一，被试需要完成的任务相对简单，这与现实中决策情境的丰富多样性有一定差距，被试在实验中口头选择了愿意为寻求者提供建议，但并不能确保其在现实情境中就一定会真的去实践。未来的研究可设计与个体的身份相关度更高或者个体能够有更高参与度的情境，更加多样化的注视方向的操纵变式，及多种建议提出的测量方式，以增加实验的内外部效度。另外，未来可从社交个体是如何具体向他人寻求建议的方向入手，深刻探讨建议提出行为对建议者所产生的心理影响(Schaerer, Tost, Huang, Gino, & Larrick, 2018)。

6 结论

相比斜视，建议寻求者正视的注视方向令建议者提出建议的意愿更强，建议者感知到的角色期待在这之间起中介作用。此外，注视方向与建议提出的关系及角色期待感知的中介作用都会受到建议者的特质拒绝敏感性的调节。当建议提出者的拒绝敏感性高时，寻求者为正视条件下的建议提出意愿高于斜视条件下的，中介效应也显著；而当建议者的拒绝敏感性低时，注视方向对建议提出的影响将削减甚至消失，感知到的角色期待的中介影响也将削弱。

参考文献

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes, 50*(2), 179–211.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1987). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173–1182.

Bayliss, A. P., Frischen, A., Fenske, M. J., & Tipper, S. P. (2007). Affective evaluations of objects are influenced by observed gaze direction and emotional expression. *Cognition, 104*(3), 644–653.

Bjornsdottir, R. T., & Rule, N. O. (2017). The visibility of social class from facial cues. *Journal of Personality and Social Psychology, 113*(4), 530﹣546.

Bonaccio, S., & Dalal, R. S. (2007). Advice taking and decision-making: An integrative literature review, and implications for the organizational sciences. *Organizational Behavior & Human Decision Processes, 101*(2), 127–151.

Branzei, O., Ursacki–Bryant, T. J., Vertinsky, I., & Zhang, W. (2010). The formation of green strategies in Chinese firms: Matching corporate environmental responses and individual principles. *Strategic Management Journal, 25*(11), 1075–1095.

Breines, J., & Ayduk, O. (2015). Rejection sensitivity and vulnerability to self-directed hostile cognitions following rejection. *Journal of Personality, 83*(1), 1–13.

Brooks, A. W., Gino, F., & Schweitzer, M. E. (2015). Smart people ask for my advice: Seeking advice boosts perceptions of competence. *Management Science, 61*(6), 1421–1435.

Burnham, T. C., & Hare, B. (2007). Engineering human cooperation: Does involuntary neural activation increase public goods contributions? *Human nature, 18*(2), 88–108.

Carmeli, A., & Schaubroeck, J. (2007). The influence of leaders' and other referents' normative expectations on individual involvement in creative work. *The Leadership Quarterly, 18*(1), 35–48.

Carnevale, P. J. D., Pruitt, D. G., & Carrington, P. I. (1982). Effects of future dependence, liking, and repeated requests for help on helping behavior. *Social Psychology Quarterly, 45*(1), 9﹣14.

Casciaro, T., & Lobo, M. S. (2008). When competence is irrelevant: The role of interpersonal affect in task-related ties. *Administrative Science Quarterly, 53*(4), 655–684.

Chamberlin, M., Newton, D. W., & Lepine, J. A. (2017). A meta-analysis of voice and its promotive and prohibitive forms: Identification of key associations, distinctions, and future research directions. *Personnel Psychology, 70*(1), 11–71.

Chentsova–Dutton, Y. E., & Vaughn, A. (2012). Let me tell you what to do: Cultural differences in advice-giving. *Journal of Cross–Cultural Psychology*, *43*(5), 687–703.

Chow, S. K., Au, E. W. M., & Chiu, C. Y. (2008). Predicting the psychological health of older adults: Interaction of age-based rejection sensitivity and discriminative facility. *Journal of Research in Personality, 42*(1), 169–182.

Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology, 55*(1), 591–621.

Cropanzano, R., & Mitchell, M. S. (2005). Social exchange theory: An interdisciplinary review. *Journal of*

Management, 31(6), 874–900.

Deelstra, J. T., Peeters, M. C. W., Schaufeli, W. B., Stroebe, W., Zijlstra, F. R. H., & Van Doornen, L. P. (2003). Receiving instrumental support at work: When help is not welcome. *Journal of Applied Psychology, 88*(2), 324–331.

Dierdorff, E. C., Rubin, R. S., & Bachrach, D. G. (2012). Role expectations as antecedents of citizenship and the moderating effects of work context. *Journal of Management, 38*(2), 573 – 598.

Downey, G., & Feldman, S. I. (1996). Implications of rejection sensitivity for intimate relationships. *Journal of Personality and Social Psychology, 70*(6), 1327–1343.

Downey, G., Mougios, V., Ayduk, O., London, B. E., & Shoda, Y. (2004). Rejection sensitivity and the defensive motivational system: Insights from the startle response to rejection cues. *Psychological Science, 15*(10), 668–673.

Duan, J. Y., Li, C., Xu, Y., & Wu, C. H. (2017). Transformational leadership and employee voice behavior: A pygmalion mechanism. *Journal of Organizational Behavior, 38*(5), 650–670.

Eden, D. (1984). Self-fulfilling prophecy as a management tool: Harnessing pygmalion. *Academy of Management Review, 9*(1), 64–73.

Eden, D., Geller, D., Gewirtz, A., Gordon–Terner, R., Inbar, I., Liberman, M., . . . Shalit, M. (2000). Implanting pygmalion leadership style through workshop training: Seven field experiments. *The Leadership Quarterly*, *11*(2), 171–210.

Ekström, M. (2012). Do watching eyes affect charitable giving? Evidence from a field experiment. *Experimental Economics, 15*(3), 530–546.

Emery, N. J. (2000). The eyes have it: The neuroethology, function and evolution of social gaze. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews, 24*(6), 581–604.

Farmer, S. M., Tierney, P., & Kung–McIntyre, K. (2003). Employee creativity in Taiwan: An application of role identity theory. *Academy of Management Journal, 46*(5), 618–630.

Farroni, T., Csibra, G., Simion, F., & Johnson, M. H. (2002). Eye contact detection in humans from birth. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America, 99* (14), 9602–9605.

Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191.

Feng, B., & Magen, E. (2016). Relationship closeness predicts unsolicited advice giving in supportive interactions. *Journal of Social and Personal Relationships, 33*(1), 751–767.

Gino, F., & Schweitzer, M. E. (2008). Blinded by anger or feeling the love: How emotions influence advice taking. *Journal of Applied Psychology, 93*(5), 1165–73.

Gino, F., Shang, J., & Croson, R. (2009). The impact of information from similar or different advisors on judgment. *Organizational Behavior & Human Decision Processes*, *108*(2), 287–302.

Gleason, M. E. J., Iida, M., Shrout, P. E., & Bolger, N. (2008). Receiving support as a mixed blessing: Evidence for dual effects of support on psychological outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology, 94*(5), 824 – 838.

Glikson, E., Cheshin, A., & Kleef, G. A. V. (2018). The dark side of a smiley: Effects of smiling emoticons on virtual first impressions. *Social Psychological & Personality Science,* 9(5), 614–625.

Goldsmith, D. J., & Fitch, K. (2010). The normative context of advice as social support. *Human Communication Research, 23*(4), 454–476.

Connelly, B. L., Certo, S. T., Ireland, R. D., & Reutzel, C. R. (2011). Signaling theory: A review and assessment. *Journal of Management, 37*(1), 39 – 67.

Gulati, R., & Higgins, M. C. (2003). Which ties matter when? The contingent effects of interorganizational partnerships on IPO success. *Strategic Management Journal, 24*(2), 127–144.

Haxby, J. V., Hoffman, E. A., & Gobbini, M. I. (2000). The distributed human neural system for face perception. *Trends in Cognitive Sciences, 4*(6), 223–233.

Hayes, A. F. (2013). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression–based approach.* New York, NY: Guilford.

Highhouse, S., Thornbury, E. E., & Little, I. S. (2007). Social-identity functions of attraction to organizations. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 103*(1), 134 – 146.

Jonas, E., & Frey, D. (2003). Information search and presentation in advisor-client interactions. *Organizational Behavior & Human Decision Processes, 91*(2), 154–168.

Kleinke, C. L. (1986). Gaze and eye contact: A research review. *Psychological Bulletin, 100*(1), 78–100.

Kray, L. J. (2000). Contingent weighting in self-other decision making. *Organizational Behavior & Human Decision Processes, 83*(1), 82–106.

Lepper, H. S., Martin, L. R., & Dimatteo, M. R. (1995). A model of nonverbal exchange in physician-patient expectations for patient involvement. *Journal of Nonverbal Behavior, 19*(4), 207 – 222.

Liu, S., Zhao, Y. L., & Zhang, L. (2016). Rejection sensitivity: Research and prospect. *China Journal of Health Psychology*, *24*(1), 148–151.

[刘燊, 赵艳林, 张林. (2016). 拒绝敏感：研究与展望. *中国健康心理学杂志, 24*(1), 148–151.]

London, B., Downey, G., Bonica, C., & Paltin, I. (2010). Social causes and consequences of rejection sensitivity. *Journal of Research on Adolescence, 17*(3), 481–506.

Manesi, Z., van Lange, P. A. M., & Pollet, T. V. (2015). Butterfly eyespots: Their potential influence on aesthetic preferences and conservation attitudes. *Plos One, 10*(11), 1 – 20.

Mason, M. F., Tatkow, E. P., & Macrae, C. N. (2005). The look of love: Gaze shifts and person perception. *Psychological Science, 16*(3), 236–239.

Michniewicz, K. S., & Vandello, J. A. (2014). The attractive underdog: When disadvantage bolsters attractiveness. *Journal of Social and Personal Relationships, 30*(7), 942−952.

Milliken, F. J., Morrison, E. W., & Hewlin, P. F. (2010). An exploratory study of employee silence: Issues that employees don't communicate upward and why. *Journal of Management Studies, 40*(6), 1453 – 1476.

Morrison, E. W. (2014). Employee voice and silence. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *1*(1), 173 – 197.

Peluso, A. M., Bonezzi, A., Angelis, M. D., & Rucker, D. D. (2017). Compensatory word of mouth: Advice as a device to restore control. *International Journal of Research in Marketing*, *34*(2), 499–515.

Pfattheicher, S., & Keller, J. (2015). The watching eyes phenomenon: The role of a sense of being seen and public self-awareness. *European Journal of Social Psychology, 45*(5), 560–566.

Rader, C. A., Larrick, R. P., & Soll, J. B. (2017). Advice as a form of social influence: Informational motives and the consequences for accuracy. *Social and Personality Psychology Compass, 11*(8), 1 – 17.

Rebecca L. J. (2003) *Emotional and physiological reactions to social rejection：The development and aalidation of the tendency to expect rejection scale and the relationship between rejection expectancy and responses to exclusion*. (Unpublished doctorial dissertation)， The University of Tennessee， Knoxville.

Reinhardt, J. P., Boerner, K., & Horowitz, A. (2006). Good to have but not good to use: Differential impact of perceived and received support on well-being. *Journal of Social and Personal Relationships, 23*(1), 117–129.

Ristic, J., & Kingstone, A. (2005). Taking control of reflexive social attention. *Cognition, 94*(3), B55 – B65.

Romero–Canyas, R., Downey, G., Berenson, K., Ayduk, O., & Kang, N. J. (2010). Rejection sensitivity and the rejection-hostility link in romantic relationships. *Journal of Personality, 78*(1), 119–148.

Sato, S., & Kawahara, J. I. (2015). Attentional capture by completely task-irrelevant faces. *Psychological Research,79*(4), 523–533.

Schaerer, M., Tost, L. P., Huang, L., Gino, F., & Larrick, R. (2018). Advice giving: A subtle pathway to power.

Personality and Social Psychology Bulletin, *44*(5), 746–761.

Sniezek, J. A., Schrah, G. E., & Dalal, R. S. (2004). Improving judgement with prepaid expert advice. *Journal of Behavioral Decision Making, 17*(3), 173–219

Senju, A., & Hasegawa, T. (2005). Direct gaze captures visuospatial attention. *Visual Cognition, 12*(1), 127–144.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics, 87*(3), 355–374.

Spence, A. M. (2002). Signaling in retrospect and the informational structure of markets. *American Economic Review, 92*(3), 434﹣459.

Sun, L. Y., Chen, L., & Duan, J. Y. (2017). Advice taking in decision-making: Strategies, influences and feature research. *Advances in Psychological Science*, *25*(1), 169–179.

[孙露莹，陈琳，段锦云. (2017). 决策过程中的建议采纳:策略、影响及未来展望. *心理科学进展, 25*(1), 169–179.]

Tost, L. P., Gino, F., & Larrick, R. P. (2012). Power, competitiveness, and advice taking: Why the powerful don't listen. *Organizational Behavior & Human Decision Processes, 117*(1), 53–65.

Vardaman, J. M., Amis, J. M., Dyson, B. P., Wright, P. M., & Randolph, R. V. G. (2012). Interpreting change as controllable: The role of network centrality and self–efficacy. *Human Relations, 65*(7), 835–859.

Wang, X. J., Wang, N., Han, S. F., Liu, S., & Zhang., L. (2018). The influence of facial trustworthiness on helping behavior: The role of attachment type. *Acta Psychologica Sinica*, *50*(11), 1292–1302.

[王秀娟，王娜，韩尚锋，刘燊，张林. (2018). 面孔可信度对助人行为的影响:依恋安全的调节作用. *心理学报, 50*(11), 1292–1302]

Wen, Y. J., Gong, X., Sun, J. J., & Li, D. B. (2015). Research on the effect of college female teacher facial attractiveness on students' implicit behavioral mimicry. *Studies of Psychology and Behavior*, *13*(4), 528–533.

[温义媛，龚茜，孙君洁，李东斌. (2015). 高校女教师面孔吸引力对大学生内隐模仿行为的影响. *心理与行为研究*, *13*(4), 528–533.]

Zhang, X. J., & Liu, C. H. (2017). The watching eyes effect on prosociality. *Advances in Psychological Science*, *25*(3), 475–485.

[张雪姣，刘聪慧. (2017). 亲社会行为中的“眼睛效应”. *心理科学进展, 25*(3), 475–485.]

Zhang, Y. R., & Li, T. (2013). The cognitive and neuroscience mechanism of rejection sensitivity. *Advances in Psychological Science*, *21*(11), 1939–1948.

[张莹瑞，肖英霞. (2018). 拒绝敏感的心理机制及其相关研究进展. *中国健康心理学杂志 26*(8), 1273–1277.]

Zhang, K. L., Zhou, P., & Wang, P. (2018). The affects of facial expression and gaze direction on face processing: Based on perceptual load theory. *Advances in Psychological Science*, *26*(6), 984–993.

[张凯莉, 周霈, 王沛. (2018). 面孔表情及注视方向对面孔加工特异性的影响——基于知觉负荷理论的视角. *心理科学进展, 26*(6), 984–993.]

The influence of advice-seeker's gaze direction on advisor's advice-giving

DUAN Jinyun [1]; SHI Bei [2]; WANG Xiaotian [2]

([1] *The School of Psychology and Cognitive Science, East China Normal University*, *Shanghai* 200062, *China*) ([2] *Department of Psychology, School of Education, Soochow University, Suzhou* 215123, *China*)

Abstract

Advice is vital for individuals in decision-making process and social interaction, whether by giving or taking. An individual can either exert one's influence on others with advice, or draw support from others' advice to enable better decision-making. Given the importance of behaviors related to advice, it has become critical for scholars to investigate the antecedents of them. However, the previous studies have focused largely on advice taking, with minimal attention to advice giving, but actually which is equally vital.

To fill this gap, the current study, inspired by eye effects, seeks to explore the relationship between advice-seekers' gaze direction and advisors' willingness to give advice, and the mechanism underlying this relationship. Drawing from the signaling theory, we examined the effect of advice-seekers' gaze direction on advisors' advice giving, as well as the process linking them by focusing on the mediating effect of perceived role expectation and the moderating effect of rejection sensitivity.

Three experiments with different decision making scenarios were conducted to test our hypotheses. The advice-seekers' gaze direction (direct vs. averted) was manipulated by same images of faces (3 models, 3 males and 1 female) in three experiments. The experiment 1 employed an undergraduate' career decision-making scenario to examine the direct effect of advice-seekers' gaze direction on advisors' willingness of giving advice, as well as the mediating

effect of perceived role expectation. 102 university students were recruited for this experiment (39 males; mean age 23.76 ± 4.39 years), and are randomly divided into two groups (direct vs. averted). The experiment 2 adopted a 2 (gaze direction: direct vs. averted) × 2 (rejection sensitivity: high vs. low) between-subject design to examine the moderating effect of rejection sensitivity with an undergraduate' decision-making scenario in daily study life. 318 undergraduates were recruited (155 males; mean age 21.74 ± 1.49 years). Using the tendency to expect rejection scale (TERS), we placed 86 participants (35 males) who scored in the 27% in the high rejection sensitivity group and 86 participants (36 males) who scored in the bottom 27% in the low rejection sensitivity group. The experiment 3 employed a job-related decision making scenario in organization to examine the full model (a moderated mediation model). 198 full-time employees were recruited (88 males; mean age 31.20 ± 5.06 years).

The results of three experiments showed that: (1) advice-seeker's gaze direction directly influenced the advisors' willingness of giving advice. When the advice-seeker's gaze direction was direct rather than averted, advisors were more willing to give advice; (2) perceived role expectation mediated the relationship between advice-seeker's gaze direction and advisors' willingness of giving advice; (3) advisors' rejection sensitivity moderated the relationship between advice-seeker's gaze direction and advisors' willingness of advice giving, as well as the indirect relationship of advice seeker's gaze direction on advisors' willingness of giving advice through perceived role expectation. When the advisor's rejection sensitivity was high, seeker's direct gaze direction had a stronger effect on the advisors' willingness to give advice, as well as the indirect effect abovementioned. These findings contribute to our understandings of how to promote advisors to give advice, and add to the research on eye effects as well.

Key words gaze direction; advice-giving; perceived role expectation; rejection sensitivity; signaling theory